

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iv
RIWAYAT HIDUP	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan Penelitian	10
E. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, PENELITIAN TERDAHULU, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS.....	12
A. Konsep dan Teori	12
1. Manajemen	12
a. Pengertian Manajemen	12
b. Fungsi, Unsur-unsur, dan Bidang-bidang Manajemen.....	13
2. Manajemen Pemasaran.....	17
a. Pengertian Manajemen Pemasaran.....	17
b. Konsep Inti dalam Pemasaran.....	19

c.	Bauran Pemasaran.....	21
d.	Pemasaran Jasa.....	23
3.	Lokasi.....	23
a.	Pengertian Lokasi.....	23
b.	Penentuan Lokasi.....	24
c.	Peraturan Pemerintah Kota Bandung dalam Menentukan Lokasi Minimarket.....	25
4.	Kualitas Pelayanan.....	26
a.	Pengertian Kualitas Pelayanan.....	26
b.	Prinsip-prinsip Kualitas Layanan.....	28
5.	Loyalitas Pelanggan.....	29
a.	Pengertian Loyalitas Pelanggan.....	29
b.	Perspektif Loyalitas Pelanggan.....	31
c.	Tipe Pelanggan yang Loyal.....	31
B.	Penelitian Terdahulu.....	33
C.	Kerangka Berpikir	34
D.	Hipotesis	36
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	37
A.	Metode dan Pendekatan.....	37
B.	Jenis dan Sumber Data.....	38
C.	Populasi dan Sampel	38
D.	Operasionalisasi Variabel	39
E.	Teknik Pengumpulan Data	42
F.	Analisis Data	43
1.	Analisis Deskriptif.....	43
2.	Uji Validitas.....	44

3. Uji Reliabilitas	44
4. Teknik Pengolahan Data	44
5. Uji Hipotesis.....	45
6. Koefisien Determinasi (R^2).....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Hasil Penelitian	48
1. Gambaran Umum	48
a. Profil Perusahaan	48
b. Visi dan Misi Perusahaan	49
c. Struktur Organisasi	49
d. Aspek Kegiatan Perusahaan	50
2. Hasil Penelitian Deskriptif	50
3. Uji Validitas	76
4. Uji Reabilitas	78
5. Analisis Regresi Linier Berganda	79
6. Uji Hipotesis	80
1) Uji T	80
2) Uji F	81
7. Uji Koefisien Determinasi	82
B. Pembahasan	82
1. Pengaruh Lokasi Toko terhadap Loyalitas Pelanggan di Sehati Muslim Mart Daarut Tauhid	83
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Sehati Muslim Mart Daarut Tauhid	83

3. Pengaruh Lokasi Toko dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di Sehat Muslim Mart Daarut Tauhid	84
BAB V PENUTUP	85
A. Kesimpulan	85
B. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	92



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Omzet Penjualan Sehati Muslim Mart Daarut Tauhid Tahun 2019 sd Tahun 2021.....	6
Tabel 1.2	Jarak Lokasi Tempat Minimarket Lain dari Minimarket Sehati Muslim Mart Daarut Tauhid Bandung.....	7
Tabel 1.3	Tanggapan Responden terhadap Lokasi dan Kualitas Layanan SMM Daarut Tauhid.....	8
Tabel 2.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	42
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4.3	Tanggapan Pelanggan mengenai Lokasi SMM mudah di akses.....	55
Tabel 4.4	Tanggapan Pelanggan mengenai Lokasi sekitar SMM aman..	55
Tabel 4.5	Tanggapan Pelanggan mengenai Akses lokasi menuju SMM DT sering terjadi kemacetan.....	56
Tabel 4.6	Tanggapan Pelanggan mengenai Lahan parkir yang tersedia di SMM DT cukup luas.....	56
Tabel 4.7	Tanggapan Pelanggan secara keseluruhan, merasa puas dengan lingkungan sekitar SMM DT.....	57
Tabel 4.8	Rekapitulasi hasil tanggapan responden mengenai variabel Lokasi.....	58
Tabel 4.9	Tanggapan Pelanggan SMM DT mengenai fasilitas meja dan kursi yang nyaman.....	60
Tabel 4.10	Tanggapan Pelanggan SMM DT mengenai fasilitas teknologi yang baik.....	61
Tabel 4.11	Tanggapan Pelanggan SMM DT mengenai karyawan yang selalu berpenampilan rapih dan bersih.....	61
Tabel 4.12	Tanggapan Pelanggan SMM DT mengenai karyawan yang bertindak cepat saat mengatasi keluhan pelanggan.....	62

Tabel 4.13	Tanggapan Pelanggan SMM DT mengenai kemampuan karyawan dalam menjawab pertanyaan dengan baik	63
Tabel 4.14	Tanggapan Pelanggan SMM DT mengenai karyawan yang selalu mendengarkan keluhan pelanggan dengan baik	64
Tabel 4.15	Tanggapan Pelanggan SMM DT mengenai karyawan yang menjaga kesopanan saat berbicara.....	64
Tabel 4.16	Tanggapan Pelanggan SMM DT mengenai karyawan memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial.....	65
Tabel 4.17	Tanggapan pelanggan SMM DT mengenai karyawan senantiasa membantu pelanggan yang kebingungan mencari produk.....	65
Tabel 4.18	Rekapitulasi hasil tanggapan responden mengenai variabel Kualitas Pelayanan.....	66
Tabel 4.19	Saya sudah menjadi pelanggan tetap Sehati Muslim Mart.....	70
Tabel 4.20	Saya berbelanja di Sehati Muslim Mart dalam sebulan lebih dari satu kali.....	71
Tabel 4.21	Saya yakin untuk kembali berbelanja di Sehati Muslim Mart Daarut Tauhid.....	72
Tabel 4.22	Saya memberikan kepercayaan kepada Sehati Muslim Mart terhadap Barang yang ditawarkan.....	72
Tabel 4.23	Saya akan merekomendasikan orang lain/keluarga untuk berbelanja di Sehati Muslim Mart.....	73
Tabel 4.24	Saya tetap berbelanja di Sehati Muslim Mart meskipun harga yang ditawarkan meningkat.....	73
Tabel 4.25	Saya merasa karyawan Sehati Muslim Mart dapat dipercaya.....	74
Tabel 4.26	Rekapitulasi hasil tanggapan responden mengenai variabel Kualitas Pelayanan.....	75

Tabel 4.27	Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi Toko.....	78
Tabel 4.28	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	79
Tabel 4.29	Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan.....	80
Tabel 4.30	Hasil Uji Reabilitas.....	80
Tabel 4.31	Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda.....	81
Tabel 4.32	Hasil Pengujian Parsial.....	82
Tabel 4.33	Hasil Pengujian Simultan.....	83
Tabel 4.34	Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	84



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Sehati Muslim Mart Daarut Tauhid.....	51
Gambar 4.2	Garis Kontinum Lokasi Sehati Musilm Mart Daarut Tauhiid.....	59
Gambar 4.3	Garis Kontinum Kualitas Pelayanan Sehati Muslim Mart Daarut Tauhiid.....	70
Gambar 4.4	Garis Kontinum Loyalitas Pelanggan Sehati Muslim Mart Daarut Tauhiid.....	77

